监测媒体的“媒体”怎么做
——专访蓝媒汇创始人韩辉

文 | 张 瑜



《中国传媒科技》：“蓝媒汇”，从最初关注“泛传媒圈”到转向对整个内容行业的专注，为什么会考虑如此扩大内容版图？

韩辉：蓝媒汇最初关注的点很简单，就是如何为媒体、媒体人服务。因此初期我们内容的方向就是向媒体人展现传媒圈的大事小情。比如我们在初期还做过与记者维权有关的稿子，媒体人相亲交友、媒体招聘的稿子，这些都在传递一个服务的理念。

现在看来，蓝媒汇出生在一个好的时代。这个好时代首先是内容制作者得到了关注。作品得到关注之外，版权实际上是得到前所未有的重视。我们看大家都在讨论 IP，在讨论谁的 IP 卖了多少钱云云，在几年前这是没有的。内容制作者的地位提高，这是我们扩大内容版图的先决条件之一。

蓝媒汇从创立至今，一直坚持做原创。这是因为我们的创始团队，都是媒体人出身，有着浓厚的媒体人基因，所以我们最擅长的肯定还是内容，这也是业内最认可我们的地方。

与此同时，从去年开始，蓝媒汇在内容报道版图上进行了扩充，从传媒圈扩大到泛传媒圈和互联网。之所以进行调整，除了与传媒行业发生变革有关外，主要也与商业模式考量有关。与其说蓝媒汇扩大了内容版图，不如说我们借势将自己的特点放大。

另外，蓝媒汇也关注资本在传媒圈的走向。毕竟我们的初衷是服务传媒，我们记录这些资本的流向，本身就是将服务升级的更为高端。反过来，传媒圈对我们的内容生产才更加关注。

《中国传媒科技》：您曾经在纸媒做深度报道，目前在“蓝媒汇”也有很多深度的人物访谈类等深度报道的内容，那么在纸媒和新媒体领域做深度报道在选题、策划、采访、编稿等环节会有哪些不同？

韩辉：新媒体在内容的制作上肯定和传统媒体会有一些不同，但总的来说还是融会贯通的。比如前一阵子的“辱母案”，这个消息是由南方周末的记者采写的，但我们今天看这个稿子或传播数据，网易新闻对它成为热点又是最有帮助的。

后来无论是新媒体还是传统媒体都在做这个选题，有发消息也有做分析的。这里面新媒体展示和还原现场的特点发挥出来了，它可以使用短视频或动画的形式嵌入稿子里，当时现场发生的什么？环境是怎样的？从现场看它的疑点是什么？传统媒体展示这些的时候，在纸面用插画、图表搭配文字描写来解决，这是相对静态的，不如视频或动画有带入感。

很快，媒体的主编，不能仅仅懂得文字，你还得是个技术控的主编，或者你根本就是个产品经理。因为人们对内容的要求越来越高。原来发生矿难啊你派记者过去就行了，现在你还得懂一些剪辑，懂一些无人机技术，懂一些机位的摆放，未来你可能还要懂一些开发才能胜任这个岗位。

这不是开玩笑。选题、策划、采访、编稿等环节未来就



是一个产品制作的流程。技术带动新媒体的发展，实际上是扩充了这个流程，所以从记者到主编到整个媒体，都要有所应对。

《中国传媒科技》：“蓝媒汇”的融资情况如何，资本涌入后为“蓝媒汇”带来哪些新的变化？

韩辉：蓝媒汇在成立伊始，就拿到了天使轮的融资。虽然体量不大，但由于我们本身有通过广告、活动等赚钱造血能力，所以我们对资本的渴求并不大。也许，在一些人看来，这是一个偏保守的打法。但在我们看来，最重要的还是先做好自己，把内容做好，把产品做好。有了这些，再去考虑下一步的融次事宜。既然卖嘛，当然是希望卖一个好一点的价格。

《中国传媒科技》：目前，“蓝媒汇”的团队构成是怎样的？

韩辉：蓝媒汇目前团队共有成员 16 人，以内容人员居多，另外有运营和市场人员。

《中国传媒科技》：请介绍一下目前“蓝媒汇”的用户群体和粉丝量？

韩辉：我们之前做过一次在线调查，用户群体主要有以下三类人员：一是传媒从业人员，包括上千名的媒体中高层。二是科技互联网方面的从业人员。三是高校的学子。

目前，蓝媒汇旗下所有平台垂直用户共计过百万。

《中国传媒科技》：作为内容创业者，在这几大社会化内容平台上，“蓝媒汇”都有怎样的布局和侧重点，为什么会考虑这样的方式？

韩辉：平台有许多，但对我们来说，重中之重的还是坚持我们的特长。所以，归根到底，内容上我们还是在传媒和互联网上发力。

《中国传媒科技》：目前有很多自媒体也将直播、短视频纳入其中，“蓝媒汇”会考虑这样的方式来展现内容吗，为什么？

韩辉：“传媒老炮儿”实际上就是我们在视频领域的拳头产品。主持人老窦现在已经成为这个节目的品牌了。这个节目每周日播出，时长 5 分钟左右，已经播出近 40 期了，每期在全平台播放量平均达到十万，在这个行业里有了自己位置和声音。

我们初期对这个 5 分钟左右的短视频定位是聊聊传媒圈的钩沉。窦爷年近六十，不好在台上卖萌啥的。后来这个节目慢慢养起了粉丝，我们发现不仅是传媒圈在关注，很多年轻人也喜欢这节目。

最近，传媒老炮儿的关注也从传统媒体铺向新媒体领域。这个节目整个编辑团队除了窦爷之外，都是 90 后，他们有很新锐的想法，加上窦爷这样年纪的老同志在前面站台，这种反差本身就是这个节目的特点之一。

《中国传媒科技》：从 2014 年 7 月到今天，“蓝媒汇”发生最大的转变是什么，经历了怎样的迭代，您如何定义现在的“蓝媒汇”？

韩辉：如果说从当初到如今的转变，这是很难用几句话表达的。我用一个字来说就是“尝”。

这个“尝”有两个层面。第一是“尝试”；第二是“卧薪尝胆”。

蓝媒汇从 2014 年 7 月以一个公号一个网站在传媒圈落脚，几个人兼职运营，到今天做了很多的尝试。2014 年很多媒体人都走出来创业，我们也算其中的一支。其实创业本身就是一种尝试，看看我们离开体制内的传统媒体行不行，能不能生存。

到现在，我们尝试过在内容上进行调整，尝试介入媒体培训、媒体招聘，尝试短视频，未来也会尝试写作文案的产品化。这些尝试有成功的项目，也有失败的，我们还走在不停夯实自己的路上，前进并尝试发现更多的可能是我们目标之一。

至于卧薪尝胆，这个不多解释了，这是每一个创业者一路上都懂得的一个词，只能说我们现在还在“尝胆”，这个滋味我们自己是清楚的。

至于怎样定义蓝媒汇，我觉得是“新”。因为无论我们怎样尝试，我们始终在学习并且实践最新和最好的。

《中国传媒科技》：从传统媒体出来创业做自媒体，可否谈一谈近年来运营“蓝媒汇”的感悟？

韩辉：形容一下还用一个字就是“怼”。

很多人很不理解怎么会是这个字，其实“怼”是上下结构，拆开来就是“对心”。运营蓝媒汇到现在，我经常问自己是否还是当初辞职的初心。我想我们无论怎样尝试，经历了怎样的卧薪尝胆，我们为传媒服务的目的和热情始终没有变过。这一点上我“对心”是无愧的。然后回到“怼”这个字本身。在这些年里，经常会怼自己“这样干行吗？”、“换一种方式是不是更好？”这样与自己博弈，我和我们的团队经历了太多次，我想大家都不容易。

作为运营者，创业者，我想“怼”是对自己、对项目审视和完善的过程。这是必不可少的。

《中国传媒科技》：2017 年“蓝媒汇”会有哪些新的布局？

韩辉：今年一方面是继续加强在内容上的打磨，一方面是在商业化上进行全新尝试。媒